新媒体时代短视频传播的特点及应用启示

白梅梅
（陵城区融媒体中心，山东 德州 253000）

摘 要：随着我国新媒体行业的快速发展，短视频在社会中的传播影响力也在不断提升，对短视频的传播提出了更高的要求。新媒体时代下，催生了一系列先进的媒体技术和媒体平台，对于短视频传播而言，既是机遇也是挑战。为了更好地在新媒体环境中处于不败之地，这就需要短视频应勇于面对时代发展的挑战，充分抓住时代发展的机遇，结合短视频传播所具有的优势特点，不断优化短视频的传播结构，才能更好地提高短视频的传播水平，生产出能够满足人们日益增长的精神文化需求的短视频作品，从而推动短视频的长远发展。然而，在新媒体时代下，短视频传播中仍旧存在着一系列的问题，制约着短视频传播水平的提升。基于此，本文通过分析新媒体时代短视频传播的特点，探究新媒体时代短视频传播中存在的不足之处，并对新媒体时代短视频传播的应用启示展开论述。

关键词：新媒体时代；短视频；传播特点；短视频应用；精准定位 **中图分类号：**G206 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）05-073-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.05.021
本文著录格式：白梅梅.新媒体时代短视频传播的特点及应用启示[J].中国传媒科技，2022（05）：73-75.

短视频传播作为新媒体时代社会发展的产物，对媒体行业具有重要的影响作用。近年来，我国社会经济的快速发展，以及现代化科学技术的不断优化，推动着新媒体时代的来临，作为新兴的媒体形态，新媒体的发展主要是依托于互联网技术和信息技术，在传统媒体的基础上所形成的更加符合于新形势大众传播环境的媒体形态，具有明显的时效性、交互性、共享性以及流量性等特征，并且随着我国移动互联网终端的不断进步，使得人们可以通过智能手机、电脑等移动的网络终端，借助网络来向大众传送时效性强和高质量的信息，从而构建出新的数字化媒体环境，这就极大地冲击到了我国传统媒体传播形态，使得短视频传播应运而生。早在2013年，在移动互联网终端和网络信息技术的融合发展下，短视频就已经出现在大众视野中，短视频主要是指在多元化的新媒体平台中进行播放的，能够在移动状态以及短时休闲状态下进行观看，且高频推送的短视频，其时长大约在几秒至几分钟，包含了多样化的视频类型如：草根恶搞、网红、短纪录片，以及音乐视频等多类型内容。目前，短视频传播形式深受社会大众所喜爱，其所体现出的优势特征也愈加明显。因此，为了更好地符合新媒体时代的传播形式，就需要提高对于短视频传播的重视程度，不断优化短视频的传播形态，才能更好地推动新媒体时代短视频传播的长效发展。

1. 新媒体时代短视频传播的特点分析

1.1 无边界性

无边界性作为新媒体时代短视频传播的重要特点之一，对短视频的传播发展具有重要的现实意义。在新媒体时代，现代化信息技术的快速发展，为我国短视频的发展提供了必要的技术支持，并且，互联网技术的不断优化，流媒体播放速度的不断加快，使得在流量的成本费用上，得到了大幅度地下降。在互联网信息技术和移动网络终端的结合过程中，短视频的传播已经有效地突破了时间和空间的限制，能够做到随时随地地进行传播和播放，人们可以充分地利用碎片化的时间进行视频内容的阅读，并且在短视频的传播中，所引发的话题性内容也能够及时地让用户进行讨论，具有较强的交互性和无边界性特点，这既大大提高了短视频的传播速度，又能够更好地满足社会大众对信息传播的需求，符合新媒体时代的媒体传播要求。

1.2 跨平台性

在传统的媒体视频传播中，主要是依靠于电视新闻进行传播，这就大大限制了视频传播的范围和广度。在新媒体时代，短视频的传播形式就能够切实地符合现代化人们对视频传播的需求，新媒体时代为人们提供了多元化的媒体传播渠道，使人们具有多样化的传播途径选择。短视频的传播特点能够很好地符合多元化传播渠道的需求，通过将碎片化的视频内容在多样化的社交平台中进行传播，如：微博、微信、抖音等新媒体平台，以及在PC端中的视频网站和软件等媒介中进行传播。这大大拓展了短视频传播的范围和广度，具有显著的跨平台特点，更好地满足了人们对不同设备和不同平台播放短视频的需求，提高了短视频传播的针对性。

1.3 高参与度

新媒体时代短视频的发展，强化了受众在媒体传播中的主体性地位。在新媒体时代下，现代化科学技术的快速发展，推动着我国移动互联网终端和媒体技术的不断优化发展，其中，就包含了手机、电脑以及其中所具有的剪辑软件。先进移动互联网终端和多样化剪辑软件

的出现，为短视频的生产与制作提供了较大的便利，使得人人都可以成为短视频的生产者和传播者[1]，人们可以利用手机、电脑等，运用相关的视频剪辑软件进行便捷式的短视频制作，这就使得短视频的录制、剪辑、传播以及观看已经形成了一体化的流程，短视频生产制作的难度较低，这就使得短视频的用户从原有的被动式接收逐渐转变为了主动性的参与。因此，在新媒体时代的短视频传播，具有明显的用户主动性和参与性增强的特点。

2. 新媒体时代短视频传播的不足之处

2.1 内容同质化严重，缺乏创新性

新媒体时代下，由于短视频生产传播的门槛较低，而短视频的市场竞争又较为激烈，这就使得在激烈的市场竞争中，部分创作者为了更好地博取关注度，提高对观众的吸引力，在内容的创作中，存在严重的同质化问题和泛娱乐化问题。一方面，在内容的同质化问题中，在海量的短视频传播中，人们对短视频的原创性和新颖性具有较高的要求。然而在实际的短视频传播中，充斥着大量的同质化视频内容，缺乏视频的原创性和创新性，这容易使得观众在长期的视频观看中，出现麻木心理，进而严重影响着短视频播放量的提升；[2] 另一方面，内容的泛娱乐化问题。近年来，我国媒体行业呈现出了“流量至上”的现象，由于流量的变现力度较大，使得许多人都投身于短视频的生产创作中，一味地迎合观众的审美需求，着重于缺乏内涵的夸张式和低俗空洞的内容创作，以娱乐化为创作的核心要点，这就严重阻碍了我国短视频传播的长效发展。

2.2 用户黏合度不高，缺乏实质性

用户的黏合度不高，主要表现在两方面：一方面在媒体平台中。互联网信息技术的快速发展，为各个平台提供了广阔的发展空间，也为短视频的传播提供了巨大的发展机遇。早在 2017 年，快手短视频平台就借助现代化互联网技术和短视频成为当时火热的短视频 App，然而，在 2018 年，快手短视频平台的热度就被新兴的抖音短视频所取代，并延续至今。纵观短视频传播发展的历程中可以得出，多元化的媒体平台的出现，促进了短视频的发展普及，但也在一定程度上，为观众提供了更多的可能，导致受众的分流严重。[3] 另一方面，在自媒体中，不同媒体平台中包含了许多自媒体账号，这些自媒体账号中的短视频内容，才是提高用户黏合度的关键性因素。然而，由于大多数自媒体的短视频传播内容都较为娱乐化和同质化，缺乏用户所需求的实质性内容，实用性和价值性缺乏，这就导致用户的粘合度不高。

2.3 监管机制不全面，缺乏稳定性

传统主流媒体在长期的历史发展中，“把关人”的作用已经得到了充分地发挥。随着新媒体时代的来临，极大地冲击了我国原有的媒体格局，使得“把关人”的作用在短视频传播中缺失，从而导致短视频环境存在的乱象问题。由于短视频的传播门槛较低，且缺乏相关的监管，这就导致在短视频的内容创作中，容易出现部分创作视频的内容缺乏一定的审核流程[4]，而导致虚假、低俗、暴力、血腥以及色情等不良内容被传播至网络环境中。由于短视频的传播影响力较为广泛，其传播速度也较快，这就容易影响到社会秩序，不利于人们的身心健康发展。

3. 新媒体时代短视频传播的应用启示

3.1 强化内容创新，推动内容的垂直化发展

对短视频传播而言，内容依旧是影响短视频传播影响力的主要因素。为了更好地提高传播的影响力，就需要注重强化内容创新，推动视频内容的垂直化发展，才能更好地生产出优质的短视频作品。一方面，在新媒体时代下，应坚持“内容为王”的短视频生产原则。在海量的短视频内容中，如何更好地吸引观众的注意力，除了依靠媒体平台的引流外，内容的创作质量才是最为关键的因素。在进行短视频的传播中，创作者应强化自身的创新意识和创新能力，充分借助先进的信息技术，来丰富短视频内容的创作形式，提高短视频传播的观赏性。还应扎根于原创内容的制作，坚持传播社会正能量，深入人民群众的生活中，挖掘出更具传播价值和更具实用性的内容素材，才能更好地吸引观众的注意力，提高用户的黏合度。如：“蜀中桃子姐”这一自媒体就以其实用性和贴近乡村生活的内容吸引了大量的受众；[5] 另一方面，还应促进短视频传播的泛娱乐化发展逐渐转变为垂直化发展。通过以垂直化内容的创作形式发展，能够更好地促进短视频数量的增加和质量的提高，转变传统单一化的内容创作形式，打造出精品化的视频内容，更好地形成自身核心的竞争力，从而提高短视频的市场竞争力。

3.2 强化技术创新，加强各平台的优势融合

在新媒体时代，催生出了一系列先进的媒体技术和媒体平台，也为短视频的传播发展提供了必要的媒体技术和媒体平台。作为依托于技术而发展的短视频，为了更好地促进短视频的长效发展，就需要注重强化技术创新，加强各平台的优势融合，才能更好地提高短视频的传播影响力。媒体平台作为短视频传播的基石，对于短视频的传播发展具有直接的影响作用。现如今，我国新媒体发展进程的不断加快，短视频平台也在不断涌现，包含抖音、快手、微视、火山小视频、秒拍以及西瓜视频等各类型的短视频平台，并且相关的短视频平台也各具特色。因此，这就要求在短视频的传播发展中，充分借助不同平台所具有的不同传播优势，加强各个媒体平台之间的优势融合，来弥补单一媒体平台所存在的不足和缺陷，从而才能更好地提高短视频的传播水平。[6] 例如：抖音短视频的用户数量多，产品营销效率和用户的转化

率都较高，具有强大的影响效果，而快手短视频则具有带货能力强、用户以二三线居民为主以及发展历程久等特点。

3.3 强化受众定位，提高受众需求的精准性

受众在媒体行业中具有主体性的地位，对于短视频的传播发展具有重要的影响作用，在新媒体时代下，我国的传播形式已经从传统的媒体主导型逐渐转变为了受众主体性的形式。为了更好地满足不同群体的受众需求，就需要注重强化受众定位，来提高受众需求的精准性。在短视频爆发式的发展下，我国短视频传播的涉及范围越来越广，涉及的受众群整体也在不断扩大，这就使得不同的受众群体容易出现不同的视频需求。这就需要结合不同群体的受众需求，不断细化受众群体的分类，差异化地为受众提供针对性的视频内容，才能更好地满足受众个性化的视频需求，为受众提供更加优质的服务体验，从而吸引受众的注意力，提高受众的黏合度。例如：以受众最为广泛的抖音短视频为例，抖音短视频在账号的注册过程中，就据相关的问题选项来定位受众的年龄、性别、兴趣爱好、职业等，并且在平台的应用中，通过流量池的分级以及用户观看视频的类型等定位，来提高短视频服务的精准性。[7]

3.4 强化市场监管，促进短视频规范化运作

在短视频传播影响力不断上升的同时，短视频也承担起了相应的社会责任。针对我国现如今短视频市场环境乱象的问题，需要注重强化市场监管，来促进短视频的规范化运作。一方面，在市场的监管方面，应结合当前短视频传播的现状，不断完善相关的法律法规和规章制度，提高市场监管的权威性。政府等相关部门也应加强对短视频平台的监管力度，进一步强化对短视频传播的管理管控，对相关的媒体短视频平台进行集中整治，才能更好地肃清短视频市场环境，营造出良好的短视频传播氛围。另一方面，在媒体平台的管理方面，相关的媒体平台应勇于承担起社会责任，做好短视频传播的防治工作，通过完善审核队伍和审核机制，通过将机器学习和人脸识别等技术应用在审核工作中，更好地处理相关的问题视频，提高审核的准确度和覆盖面[8]，并且，还应优化媒体平台的算法推荐机制，给予不同类型内容的权重算法推荐，杜绝不良视频的传播。还可以通过完善相关的实名制注册、投诉举报机制等，来发挥出社会各方面的力量，加强对短视频传播的监管力度，来营造出积极、向上、具备正能量的短视频传播环境，最终推动我国短视频传播的可持续发展。

结语

综上所述，在新媒体环境下，短视频行业的发展正势如破竹，短视频的发展与普及不仅有效地突破了传统媒体在传播中存在的局限性，提高了媒体传播的效率，还很好地满足了当前社会大众对于媒体传播的娱乐需求，提高媒体对于受众人群定位的精准性。如何更好地推动新媒体时代下短视频的长远发展已经成为了当前媒体行业建设发展中的重中之重。这就需要分析新媒体时代下短视频传播的特点，结合当前短视频传播中存在的不足之处，提出相应完善的建议，通过强化内容创新，推动内容的垂直化发展；强化技术创新，加强各平台的优势融合；强化受众定位，提高受众需求的精准性，以及强化市场监管，促进短视频规范化运作等方面的优化措施，来提高短视频的实用性和价值性，为用户提供更加专业化的服务，提升用户的使用感受，才能更好地增强用户与短视频之间的黏合度，从而在新媒体时代下促进短视频的可持续发展。媒

参考文献

[1] 戎小平．全媒体时代下传统纸媒短视频传播路径研究——以马鞍山日报社为例 [J]. 新闻世界，2021（11）：14-16.
[2] 范梅源．融媒体时代新闻短视频制作与传播策略研究 [J]. 新闻前哨，2021（10）：44-45.
[3] 周琪慧．新媒体时代短视频营销的策略 [J]. 传媒论坛，2021（20）：58-60.
[4] 温寒，严波．自媒体时代短视频品牌传播策略研究——以李子柒品牌为例 [J]. 企业改革与管理，2021（18）：55-57.
[5] 杨本旺．新媒体时代原创短视频传播现状分析 [J]. 中国传媒科技，2021（9）：53-55.
[6] 章卫杰．基于融媒体时代下的校园生态短视频传播推广策略研究 [J]. 采写编，2021（9）：120-121.
[7] 贾慧芳．新媒体时代主流媒体线上短视频新闻的传播语态创新研究 [J]. 新闻文化建设，2021（16）：170-171.
[8] 刘昊天．新媒体时代时政新闻短视频传播策略分析——以《主播说联播》为例 [J]. 中国传媒科技，2021（7）：134-136.

作者简介：白梅梅（1988-），女，山东宁津，记者（中级），研究方向：媒体融合。

（责任编辑：胡杨）